COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 23 mai 2018

Mediametrie

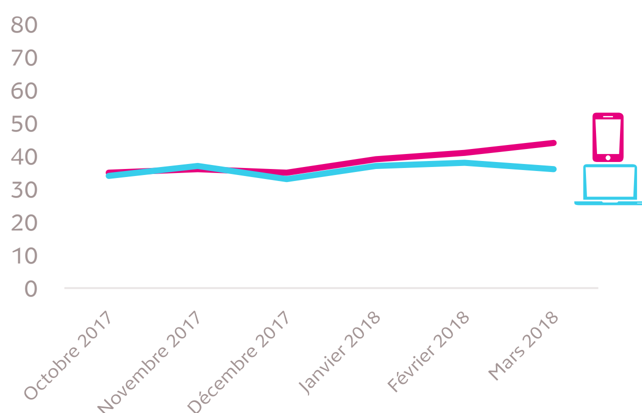
Audience Internet Global en France en mars 2018

En 6 mois, le temps passé chaque jour sur Internet via un mobile a augmenté de 26%.

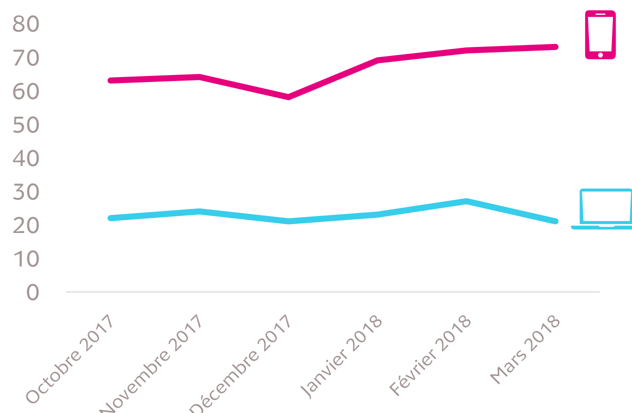
En six mois, le temps quotidien passé par chaque Français de 2 ans et plus sur Internet depuis un téléphone mobile s'est sensiblement accru. De 35 minutes en octobre 2017, il est passé à 44 minutes en mars 2018, soit une augmentation de 26%. Premier facteur explicatif : le nombre de mobinautes connectés chaque jour est en augmentation de 8%. Par ailleurs, entre octobre 2017 et mars 2018, les mobinautes ont passé encore plus de temps sur certaines catégories de sites déjà très consultées sur mobile : Vidéos/Cinéma (+27%), Messageries instantanées (+43 %) et Musique (+97%).

La croissance est également remarquable chez les 15-24 ans, déjà très « mobivores ». Ils surfaient chacun en moyenne 63 minutes par jour sur mobile en octobre 2017 ; cette durée quotidienne s'élève à 73 minutes en mars 2018, soit une augmentation de 15%. Le nombre de jeunes utilisant exclusivement leur mobile au quotidien pour se connecter à Internet atteint désormais 3,3 millions d'individus, soit presque la moitié (48%) des internautes âgés de 15 à 24 ans.

Évolution du temps passé / jour / individu, en minutes (base 2 ans et +)



Évolution du temps passé / jour / individu, en minutes (base 15-24 ans)



Les résultats du mois



52,7 millions d'individus se sont connectés au moins une fois à Internet en mars 2018, soit **84,1 %** de la population française de 2 ans et plus.



En moyenne, chaque jour, **43,1 millions** d'internautes se sont connectés à Internet, soit **68,8 %** de la population française. Parmi les internautes quotidiens, plus d'1 sur 10 (11,8%) utilise les trois écrans (ordinateur, mobile, tablette) au cours de la journée.

En raison de l'évolution méthodologique, les comparaisons avec des résultats antérieurs à octobre 2017 ne sont pas possibles.

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – mars 2018 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	51 273 000	36 573 000
2	Facebook	46 846 000	30 068 000
3	Microsoft	38 742 000	12 876 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	34 755 000	5 540 000
5	Wikimedia Foundation	31 056 000	3 960 000
6	Webedia	30 631 000	4 042 000
7	Prisma Media	30 521 000	6 140 000
8	Amazon	29 745 000	4 587 000
9	WEB66	29 044 000	5 689 000
10	Orange	29 012 000	8 991 000
11	Schibsted	28 789 000	6 731 000
12	Vivendi	28 665 000	3 569 000
13	Solocal Group	28 416 000	3 034 000
14	Groupe Lagardere	27 938 000	3 702 000
15	Groupe Le Monde	25 152 000	3 624 000
16	francetélévisions	23 041 000	2 891 000
17	M6	22 768 000	2 172 000
18	Yahoo	22 263 000	6 635 000
19	La Poste	21 981 000	3 668 000
20	Apple Computer	21 612 000	9 934 000
21	Groupe Credit Agricole	21 278 000	4 135 000
22	Groupe Auchan	21 227 000	1 985 000
23	Groupe Casino	21 056 000	2 372 000
24	auFeminin	19 833 000	1 584 000
25	Next Radio TV	19 652 000	2 376 000
26	Groupe TF1	19 364 000	1 840 000
27	Twitter	18 800 000	4 047 000
28	Groupe Fnac Darty	18 718 000	1 336 000
29	LinkedIn	18 691 000	2 682 000
30	Groupe Amaury	18 264 000	3 153 000
31	Groupe Numericable - SFR	17 796 000	4 071 000
32	Groupe Le Parisien	17 581 000	2 163 000
33	SNCF France	16 917 000	1 783 000
34	Samsung Group	16 761 000	4 416 000
35	Carrefour	16 642 000	1 511 000
36	Pinterest.com	16 191 000	2 502 000
37	Iliad	16 115 000	2 350 000
38	Gouvernement Francais	16 111 000	1 092 000
39	Oredis	15 564 000	3 222 000
40	20 Minutes France	15 356 000	1 828 000
41	Snapchat	14 569 000	7 410 000
42	Altice Media Group	13 855 000	1 215 000
43	eBay	13 604 000	1 585 000
44	Ministere de l Education Nationale	13 281 000	1 524 000
45	Hutchison-Priceline	12 924 000	1 066 000
46	Meteo France	12 813 000	2 003 000
47	Mondadori	12 701 000	999 000
48	Credit Mutuel	12 685 000	2 169 000
49	Societe Generale	11 816 000	1 883 000
50	Groupon Inc.	11 757 000	1 435 000

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – mars 2018 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Répartition écrans du Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	**Visiteurs uniques par mois**	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des VU ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	51 273 000	78,7	74,6	44,9
2	Facebook	46 846 000	58,1	78,8	40,3
3	Microsoft	38 742 000	84,1	41,3	14,2
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	34 755 000	60,8	62,6	20,5
5	Wikimedia Foundation	31 056 000	48,9	64,9	19,2
6	Webedia	30 631 000	54,4	59,5	22,6
7	Prisma Media	30 521 000	45,9	67,2	22,1
8	Amazon	29 745 000	60,4	52,5	22,7
9	WEB66	29 044 000	47,7	63,8	20,8
10	Orange	29 012 000	55,3	60,6	15,2
11	Schibsted	28 789 000	53,2	55,8	26,3
12	Vivendi	28 665 000	45,9	62,7	25,5
13	Solocal Group	28 416 000	59,6	54,0	15,4
14	Groupe Lagardere	27 938 000	52,5	59,8	20,8
15	Groupe Le Monde	25 152 000	42,1	65,0	20,4
16	francetélévisions	23 041 000	38,5	64,4	24,1
17	M6	22 768 000	47,7	51,9	23,3
18	Yahoo	22 263 000	45,9	60,0	16,9
19	La Poste	21 981 000	61,4	48,0	14,3
20	Apple Computer	21 612 000	31,6	55,9	44,2
21	Groupe Credit Agricole	21 278 000	61,6	45,6	14,5
22	Groupe Auchan	21 227 000	55,6	49,7	19,6
23	Groupe Casino	21 056 000	51,8	52,0	19,7
24	auFeminin	19 833 000	42,6	54,0	21,6
25	Next Radio TV	19 652 000	43,7	61,0	15,0
26	Groupe TF1	19 364 000	33,8	66,6	18,3
27	Twitter	18 800 000	37,9	62,7	20,6
28	Groupe Fnac Darty	18 718 000	49,0	53,1	17,7
29	LinkedIn	18 691 000	35,7	66,6	19,2
30	Groupe Amaury	18 264 000	26,1	67,4	25,1
31	Groupe Numericable - SFR	17 796 000	49,4	53,4	19,6
32	Groupe Le Parisien	17 581 000	42,3	58,8	17,7
33	SNCF France	16 917 000	43,2	60,2	16,5
34	Samsung Group	16 761 000	9,6	61,4	47,5
35	Carrefour	16 642 000	51,7	48,7	17,6
36	Pinterest.com	16 191 000	42,8	51,4	21,9
37	Iliad	16 115 000	70,0	31,2	10,1
38	Gouvernement Francais	16 111 000	65,1	39,7	9,6
39	Oredis	15 564 000	39,3	57,5	23,6
40	20 Minutes France	15 356 000	29,5	67,7	17,6
41	Snapchat	14 569 000	0,8	99,1	0,9
42	Altice Media Group	13 855 000	40,4	57,2	19,2
43	eBay	13 604 000	52,7	43,9	17,8
44	Ministere de l Education Nationale	13 281 000	62,8	36,9	12,0
45	Hutchison-Priceline	12 924 000	45,0	48,4	21,4
46	Meteo France	12 813 000	46,3	50,9	14,3
47	Mondadori	12 701 000	37,6	53,9	19,5
48	Credit Mutuel	12 685 000	56,2	44,8	10,9
49	Societe Generale	11 816 000	60,7	40,0	11,3
50	Groupon Inc.	11 757 000	29,3	59,1	24,0

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – mars 2018 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	Marques	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	50 636 000	34 507 000
2	Facebook	46 096 000	27 956 000
3	YouTube	44 680 000	15 496 000
4	Wikipedia	30 632 000	3 837 000
5	Amazon	29 463 000	4 516 000
6	Leboncoin.fr - T	28 289 000	6 619 000
7	Orange - T ACPM/OJD	27 638 000	8 782 000
8	Instagram	25 862 000	6 577 000
9	Microsoft	25 005 000	3 541 000
10	PagesJaunes - T	22 280 000	1 859 000
11	Apple	21 611 000	9 934 000
12	Yahoo - T	21 196 000	6 348 000
13	Windows Live	20 965 000	3 428 000
14	Dailymotion - T	19 987 000	1 789 000
15	Le Figaro - T ACPM/OJD	19 765 000	2 215 000
16	franceinfo - T ACPM/OJD	19 421 000	2 292 000
17	Cdiscount	18 992 000	2 060 000
18	LinkedIn	18 691 000	2 682 000
19	Twitter	18 348 000	3 969 000
20	Le Monde - T ACPM/OJD	18 313 000	2 148 000
21	L Equipe - T ACPM/OJD	18 021 000	3 114 000
22	Le Parisien - T ACPM/OJD	17 581 000	2 163 000
23	SFR	17 000 000	3 834 000
24	Samsung	16 749 000	4 411 000
25	BFM TV - T ACPM/OJD	16 320 000	1 975 000
26	Pinterest	16 191 000	2 502 000
27	Tele Loisirs - T ACPM/OJD	15 754 000	2 781 000
28	Free	15 525 000	2 256 000
29	vente-privee	15 471 000	3 210 000
30	20minutes.fr - T ACPM/OJD	15 345 000	1 827 000
31	WhatsApp	15 294 000	5 102 000
32	Marmiton - T	15 262 000	1 095 000
33	Outlook (Outlook.com)	15 049 000	4 661 000
34	LA POSTE	15 024 000	1 996 000
35	Ouest France - T ACPM/OJD	14 731 000	1 605 000
36	MYTF1 - T	14 656 000	1 170 000
37	Linternaute.com - T	14 585 000	820 000
38	AlloCine - T	14 581 000	1 158 000
39	Snapchat	14 569 000	7 410 000
40	Fnac	14 197 000	922 000
41	MSN - T	13 844 000	3 253 000
42	Doctissimo - T ACPM/OJD	13 589 000	919 000
43	Credit Agricole	13 447 000	2 744 000
44	eBay	13 070 000	1 523 000
45	Le Journal des Femmes - T	13 056 000	758 000
46	OUI.sncf	12 840 000	1 056 000
47	Meteo France - T	12 813 000	2 003 000
48	Carrefour	12 639 000	1 150 000
49	Booking.com	12 486 000	1 026 000
50	Bing	12 442 000	1 834 000

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – mars 2018 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Répartition écrans du Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	Marques	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des Vu ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	50 636 000	77,6	74,8	44,1
2	Facebook	46 096 000	58,4	77,1	40,8
3	YouTube	44 680 000	54,8	72,3	35,6
4	Wikipedia	30 632 000	48,4	64,8	19,1
5	Amazon	29 463 000	60,3	52,3	22,6
6	Leboncoin.fr - T	28 289 000	52,5	55,9	26,0
7	Orange - T ACPM/OJD	27 638 000	55,3	60,1	14,5
8	Instagram	25 862 000	15,9	84,9	17,2
9	Microsoft	25 005 000	87,5	20,1	4,6
10	PagesJaunes - T	22 280 000	54,1	50,7	15,5
11	Apple	21 611 000	31,6	55,9	44,2
12	Yahoo - T	21 196 000	44,4	60,2	16,6
13	Windows Live	20 965 000	65,6	35,6	21,0
14	Dailymotion - T	19 987 000	26,2	65,0	28,4
15	Le Figaro - T ACPM/OJD	19 765 000	38,4	65,7	17,0
16	franceinfo - T ACPM/OJD	19 421 000	32,6	66,1	22,3
17	Cdiscount	18 992 000	50,2	50,3	20,5
18	LinkedIn	18 691 000	35,7	66,6	19,2
19	Twitter	18 348 000	38,6	61,6	20,7
20	Le Monde - T ACPM/OJD	18 313 000	37,5	61,7	19,0
21	L Equipe - T ACPM/OJD	18 021 000	25,4	67,3	24,9
22	Le Parisien - T ACPM/OJD	17 581 000	42,3	58,8	17,7
23	SFR	17 000 000	47,7	54,3	19,7
24	Samsung	16 749 000	9,6	61,4	47,5
25	BFM TV - T ACPM/OJD	16 320 000	34,4	66,5	15,2
26	Pinterest	16 191 000	42,8	51,4	21,9
27	Tele Loisirs - T ACPM/OJD	15 754 000	37,5	59,5	18,1
28	Free	15 525 000	70,3	30,5	9,9
29	vente-privee	15 471 000	39,2	57,3	23,7
30	20minutes.fr - T ACPM/OJD	15 345 000	29,3	67,7	17,6
31	WhatsApp	15 294 000	4,0	97,5	1,0
32	Marmiton - T	15 262 000	36,8	53,8	22,4
33	Outlook (Outlook.com)	15 049 000	59,2	47,9	7,0
34	LA POSTE	15 024 000	60,9	40,5	14,1
35	Ouest France - T ACPM/OJD	14 731 000	34,0	63,5	16,5
36	MYTF1 - T	14 656 000	34,5	60,6	18,7
37	Linternaute.com - T	14 585 000	49,1	46,0	17,1
38	AlloCine - T	14 581 000	44,2	55,0	16,6
39	Snapchat	14 569 000	0,8	99,1	0,9
40	Fnac	14 197 000	45,5	50,4	17,5
41	MSN - T	13 844 000	97,6	3,4	0,5
42	Doctissimo - T ACPM/OJD	13 589 000	38,9	57,5	15,9
43	Credit Agricole	13 447 000	63,6	37,2	12,0
44	eBay	13 070 000	52,7	42,3	18,3
45	Le Journal des Femmes - T	13 056 000	37,6	53,4	18,5
46	OUI.sncf	12 840 000	41,1	56,8	17,5
47	Meteo France - T	12 813 000	46,3	50,9	14,3
48	Carrefour	12 639 000	48,1	47,4	16,9
49	Booking.com	12 486 000	44,2	48,6	21,9
50	Bing	12 442 000	93,2	8,4	1,1

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – mars 2018 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La mesure de l'Audience Internet Global

Méthodologie, Définitions et Indicateurs

La mesure d'Audience Internet Global repose sur **un panel unique de plus de 30 000 individus de 2 ans et plus**, dont plus de 4 000 internautes équipés de deux ou trois écrans (ordinateur et/ou téléphone mobile et/ou tablette), qui permet de mesurer 'nativement' l'audience globale de plus de 5 000 marques et 600 applications. La mesure bénéficie des méthodologies innovantes d'hybridation mariant panels et big data mises au point par Médiamétrie. De cette mesure globale découlent les résultats d'audience sur chacun des écrans : ordinateur, téléphone mobile et tablette. La mesure prend en compte le surf des internautes quel que soit le lieu, le mode de connexion (3G/4G/Wifi) ou le protocole (http/https) pour l'ensemble des sites et applications.

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Une Brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent. Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des Brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une Brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

*Les marques participant à la mesure par l'implémentation d'un Tag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiées «**T**» ; celles dont le périmètre est intégralement taggué et certifié par l'ACPM (Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias) sont notifiées «**T ACPM/OJD**».*

Visiteurs uniques par mois : Nombre total d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les internautes ayant visité le même groupe (ou la même marque) plusieurs fois ne sont comptés qu'une fois.

Visiteurs uniques moyens par jour : Nombre moyen d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois au cours d'une journée pour le mois concerné. Les internautes ayant visité le même site plusieurs fois dans la journée ne sont comptés qu'une fois.

A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2017, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 93 M€.

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

www.mediametrie.fr
Twitter : @Mediametrie
Facebook : Médiamétrie

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau
Tél : 01 47 58 97 26
ilellouche-filliau@mediametrie.fr

Benoît David
Tél : 01 71 09 93 18
bdavid@mediametrie.fr